DYNAMISEUR DE MARQUES

DYNAMISEUR DE MARQUES…

Notre objectif est de démultiplier l'impact de vos marques, accroître les ventes de vos produits, contribuer à la valeur ajoutée de votre entreprise par l'innovation, le management de la créativité et l'enthousiasme.

P'RÉFÉRENCE…

Une agence indépendante qui depuis dix-huit ans a développé près de 6 000 produits grand public.

Bon nombre ont affiché des taux de croissance entre 20% et 40% de parts de marché.

UNE ÉQUIPE… 35 PERSONNES…

Qui s'investissent à vos côtés pour :

- Créer de nouveaux produits,
- Développer des innovations,
- Assurer votre succès.

ÉMERGER ET COMMUNIQUER…

"Douze facings en moyenne par mètre ! Le rayon shampooings est très encombré, de plus il est en perpétuel renouvellement : les nouveautés et les promotions s'y succèdent sans cesse. Dans ce contexte ultra concurrentiel, le packaging a une importance capitale. Il doit ressortir au milieu de la masse, exprimer avec subtilité et raffinement ce que recherche la consommatrice : un véritable respect de son unicité et surtout la réponse à son problème cheveux. Sur une très petite surface, via la couleur, la matière et le graphisme, nous devons communiquer les valeurs et la personnalité de la marque, le bénéfice fonctionnel du produit et son résultat beauté. Une mission que nous avons menée pour Sunsilk en créant les nouveaux packagings de sa gamme européenne.",
explique Fabrice Peltier.

SUNSILK, CRÉATION PACKAGING

VALEUR DE MARQUE ET BÉNÉFICES PRODUIT

Le marché des produits de soin pour les cheveux est organisé autour de grandes valeurs fondamentales qui sont la douceur et la naturalité ; la spécificité et la technicité. Chaque marque s'est historiquement positionnée sur l'un de ces grands axes. Par la suite, elle a généralement décliné son offre produit par type de cheveux. Sunsilk, la marque mondiale de produits capillaires de Lever Fabergé, s'adresse à toutes les femmes qui souhaitent une réponse efficace et quotidienne à leurs problèmes de cheveux. En mariant de façon harmonieuse les fondamentaux du marché, la nouvelle offre Sunsilk est segmentée selon les attentes de résultat des utilisatrices en fonction de leur nature de cheveux. Son positionnement "mass with class" apporte aux femmes une réelle alternative d'un très bon rapport qualité-prix.
Pour mettre en forme la stratégie de Sunsilk, P'Référence - Dynamiseur de Marques a proposé une création packaging qui, grâce aux couleurs, permet de visualiser au premier coup d'œil la famille d'appartenance du produit. Le décor graphique s'inscrit dans une structure architecturale simple et aérée qui offre une grande qualité de lecture. Les visuels particulièrement étudiés expriment la technologie active de la formule et le résultat capillaire qu'elle procure. Les packagings de la nouvelle gamme Sunsilk présentent une image plus féminine d'une cosmétique capillaire fonctionnelle issue de l'expertise scientifique d'un laboratoire.

LES CLEFS DU PACKAGING

- Marque ombrelle transversale
- Mise en avant de l'ingrédient
- Visuel exprimant l'action de la formule
- Résultat coiffure en deux langues
- Type de cheveux en deux langues
- Bouchons et corps de couleur différente par famille de produit
- Pictogrammes descriptifs de l'action et du résultat de la formule
- Mode d'emploi clair en deux langues
- Informations consommateurs et mentions légales

P'RÉFÉRENCE - DYNAMISEUR DE MARQUES CRÉE POUR SUNSILK DES PACKAGINGS PLUS ÉVOCATEURS ET PLUS SOPHISTIQUÉS…